

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>v</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
A. Pentingnya Pemasaran .....	7
B. Produk, Jasa, dan Pengalaman .....	8
C. Mengembangkan dan Mengelola Program Iklan .....	12
D. Penetapan Harga .....	17
E. Strategi Penetapan Merek: Membangun Merek yang Kuat .....	19
F. Pasar Konsumen, Perilaku Pembelian Konsumen dan Minat Membeli Ulang Konsumen .....	24
G. Hubungan Kualitas Produk, Iklan, dan Citra Merek dengan Minat Pembelian Ulang .....	27
H. Kerangka Pemikiran .....	28
I. Hipotesis .....	29
<b>BAB III    METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>30</b>
A. Tipe Penelitian .....	30
B. Definisi Konseptual.....	30

C.	Definisi Operasional.....	31
D.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	32
E.	Sumber Data .....	33
F.	Teknik Pengumpulan Data .....	33
G.	Skala Pengukuran .....	34
H.	Pengujian Instrumen Penelitian .....	35
	1. Uji Validitas Kuesioner .....	35
	2. Uji Realibilitas.....	36
I.	Uji Asumsi Klasik .....	37
	1. Uji Multikolinieritas.....	38
	2. Uji Heterokdastisitas .....	38
	3. Uji Normalitas .....	38
J.	Teknik Analisis Data .....	39
	1. Analisis Deskriptif .....	39
	2. Analisis Inferensial.....	39
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	42
	1. Indomaret Bandar Lampung .....	42
	2. Alfamart bandar Lampung .....	43
	3. Chamart Bandar Lampung .....	45
	4. Fitrinofane Bandar Lampung .....	46
B.	Karakteristik Responden .....	46
	1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
	2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	47
	3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
	4. Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Deodoran .....	49
C.	Distribusi Jawaban Responden .....	50
	1. Kualitas Produk.....	51
	2. Iklan.....	51
	3. Citra Merek .....	52
	4. Minat Pembelian Ulang.....	53

D. Uji Asumsi Klasik .....	53
1. Uji Multikolinieritas .....	53
2. Uji Heterokedastisitas .....	54
3. Uji Normalitas .....	55
E. Analisis Linier Berganda.....	56
F. Uji Hipotesis .....	57
1. Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	57
2. Uji Signifikan Simultan (Uji F) .....	60
3. Uji Signifikan Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ).....	61
G. Pembahasan.....	61
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat pembelian Ulang .....	61
2. Pengaruh Iklan Terhadap Minat pembelian Ulang .....	64
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat pembelian Ulang .....	67
4. Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, dan Citra Merek Terhadap Minat pembelian Ulang.....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan .....	71
B. Saran .....	73

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**